

Impacto en el sector turístico de las políticas de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana (1991-2013). Análisis de las estrategias de fomento y revitalización del turismo rural*

María Dolores Pitarch

Universitat de València. Institut Interuniversitari de Desenvolupament Local
Maria.pitarch@uv.es

Rubén Arnandís

Universitat de València. Departament de Geografia
Ruben.arnandis@uv.es



Recepción: septiembre de 2012
Aceptación: julio de 2013

Resumen

El alojamiento en los territorios rurales valencianos experimentó un crecimiento importante durante la implantación de las iniciativas Leader, Leader 2 y Leader+, entre 1991 y 2006, así como de los programas Proder y Proder II, entre 1996 y 2006. En la Comunidad Valenciana, alrededor del 30% de las inversiones de Leader y el 16% de las inversiones de Proder se realizaron en alojamientos rurales. Finalizadas estas iniciativas y estos programas, se pone en marcha la estrategia Ruralter (2007-2013). Veinte años son suficientes para hacer un repaso de cómo ha evolucionado la política pública de apoyo al turismo a través de programas e iniciativas de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana, así como para comprobar cuáles son sus resultados.

Palabras clave: turismo rural; Leader; Proder; Ruralter; política regional; política europea.

* Una parte del presente artículo se presentó en forma de comunicación al XIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, celebrado en Barcelona entre los días 14 y 16 de junio de 2012.

Resum. *Impacte en el sector turístic de les polítiques de desenvolupament rural a la Comunitat Valenciana (1991-2013): Anàlisi de les estratègies de foment i revitalització del turisme rural*

L'allotjament als territoris rurals valencians va experimentar un creixement important durant la implantació de les iniciatives Leader, Leader 2 i Leader+, entre 1991 i 2006, com també dels programes Proder i Proder II, entre 1996 i 2006. A la Comunitat Valenciana, al voltant del 30% de les inversions de Leader i el 16% de les inversions de Proder es van realitzar en allotjaments rurals. Acabades aquestes iniciatives i aquests programes, s'hi va posar en marxa l'estratègia Ruralter (2007-2013). Amb vint anys n'hi ha prou per a repassar com ha evolucionat la política pública de suport al turisme a través de programes i d'iniciatives de desenvolupament rural a la Comunitat Valenciana, com també per a comprovar-ne els resultats.

Paraules clau: turisme rural; Leader; Proder; Ruralter; política regional; política europea.

Résumé. *Impact sur le tourisme des politiques de développement rural dans la Communauté Valencienne (1991-2013): Analyse des stratégies de développement et de revitalisation du tourisme rural*

Le logement dans les zones rurales de Valence a connu une croissance importante au cours de la mise en œuvre des initiatives Leader, Leader 2 et Leader+, entre 1991 et 2006, et des programmes Proder et Proder II, entre 1996 et 2006. Dans la Communauté Valencienne, près de 30% des investissements de Leader et le 16% des investissements de Proder ont été faites dans le logement rural. Après ces initiatives et programmes, la Communauté Valencienne lance la stratégie Ruralter (2007-2013). Vingt ans, c'est suffisant pour faire un examen de la façon dont la politique touristique publique a changé grâce à des programmes et des initiatives de développement rural en Communauté Valencienne et quels en sont les résultats.

Mots-clés: tourisme rural; Leader; Proder; Ruralter; politique régionale; politique européenne.

Abstract. *Impact on tourism of rural development policies in the Valencian Community (1991-2013): Analysis of strategies to encourage and revitalize rural tourism*

The accommodation in rural areas of Valencia experienced significant growth during the implementation of the initiatives Leader, Leader 2 and Leader+, between 1991 and 2006, and Proder and Proder II programs between 1996 and 2006. In Valencia, about 30% of Leader investments and the 16% of Proder investments were made in rural housing. After these initiatives and programs, Valencia launched the Ruralter strategy (2007-2013). Twenty years is sufficient time to assess how public policy has evolved to support tourism through programs and rural development initiatives in Valencia and their outcomes.

Keywords: rural tourism; Leader; Proder; Ruralter; regional policy; European policy.

Sumario

- | | |
|--|--|
| 1. El turismo como contribución al desarrollo rural | 5. Las iniciativas comunitarias y regionales actuales y su repercusión sobre el turismo rural en la Comunidad Valenciana: Ruralter (2007-2013) |
| 2. Objetivos y metodología | |
| 3. El turismo rural: una aproximación conceptual desde Europa | 6. Reflexiones respecto a la política de apoyo al turismo rural en la Comunidad Valenciana |
| 4. Las iniciativas comunitarias y estatales hasta 2006. Consecuencias en el turismo rural de la Comunidad Valenciana | Referencias bibliográficas |

1. El turismo como contribución al desarrollo rural

El proceso de concentración de la población en espacios urbanos fue uno de los fenómenos más importantes del siglo xx. A lo largo de los años, se formó, en el imaginario colectivo, la idea de que la ciudad era —y es— un medio artificial no del todo adecuado para vivir, en contraposición al mundo rural y natural, que se idealizó como refugio contra la insatisfacción de la vida urbana.

Familias originarias de zonas rurales, que emigraron como consecuencia de la fuerte expansión industrial que se produjo en España durante las décadas de 1950 y 1960, así como familias urbanas acomodadas, realizaban estancias vacacionales o de fin de semana en entornos rurales y animaban a los amigos y a los conocidos de las ciudades a vivir la experiencia.

Este movimiento de personas de áreas urbanas a rurales durante las décadas de 1970 y 1980 no supuso la adaptación del territorio a las exigencias de los turistas y visitantes, sino que tal fenómeno era considerado minoritario, familiar, espontáneo, y de ninguna manera se percibía desde la óptica del desarrollo rural ni de la relación cultural entre el campo y la ciudad (Carazo, 1982). Por esta razón, el hecho de que la mayoría de los turistas estaba formada por población emigrada y sus descendientes, alojados en viviendas propias o familiares, explica, en gran parte, la escasa oferta de alojamiento turístico rural en España (Yagüe, 2004).

No fue hasta finales de los años ochenta cuando empezó a considerarse el efecto positivo y las interesantes sinergias que el turismo podría tener para el desarrollo del campo. Su capacidad para provocar un efecto multiplicador, diversificar la economía, favorecer la creación y el mantenimiento de iniciativas concretas —en particular, generadoras de empleo— capaces de crear una estructura que articule el resto de sectores económicos son circunstancias que explican, entre otras razones, la generalización de su desarrollo en el mundo rural español.

Si nos atenemos a los documentos de la OCDE (1994: 22), existen varios motivos por los que el turismo es el mejor motor del desarrollo rural: retención, creación y diversificación de puestos de trabajo; pluriactividad; soporte a las rentas agrarias; desarrollo de la silvicultura; conservación del paisaje; conservación de pequeños asentamientos; valorización de la artesanía local; mejora

de servicios culturales; conservación de la naturaleza; reconversión de antiguos edificios; mejoras medioambientales; mejoras económicas en pequeñas comunidades pesqueras; valorización del papel de la mujer, y aparición de nuevas ideas e iniciativas.

Muchas parecen ser las oportunidades que brinda la actividad turística en el medio rural. Tal es así que, visto desde la perspectiva de un turismo dotado de infraestructuras creadas a este efecto, con una regulación específica y ofreciéndose como producto, en 1967, ya aparece en España el programa «Vacaciones en casas de labranza», promovido por el Servicio de Extensión Agraria y la Subsecretaría de Turismo.

En 1984, el Parlamento Europeo empezó a adoptar resoluciones en materia turística¹. Ello orientará a la Comisión Europea en su línea de apoyo al turismo, dado su potencial para el desarrollo regional en general y rural en particular, así como por su importancia para la consecución del mercado único (Comisión Europea, 1991).

El aumento de la competencia en turismo por parte de terceros países durante los años noventa obliga al turismo europeo a revitalizarse para ofrecer nuevos atractivos al mercado. Y es aquí donde el mundo rural desempeñará un papel esencial, por ser la alternativa al turismo masivo: paisajes, autenticidad, cultura local, patrimonio arquitectónico y, algo esencial, contacto directo entre turista y residente (Comisión Europea, 1991: 24).

Con la aparición de las iniciativas comunitarias a partir de la década de 1990, el turismo rural se orientará en torno a tres ejes prioritarios:

- a) La creación de una oferta turística que aporte ingresos a la renta familiar, que dé salida a los productos agrícolas y ganaderos y que comercialice la artesanía.
- b) La conservación y rehabilitación del patrimonio sociocultural e histórico-artístico.
- c) La revitalización de la vida local.

Estos ejes favorecerán la «prosperidad» del turismo rural, al ser adoptado por muchos proyectos como un sector estratégico y prioritario de intervención, en definitiva, como motor para el desarrollo local.

2. Objetivos y metodología

El presente artículo tiene como finalidad mostrar cuánto y de qué manera las iniciativas regionales y estatales de los últimos veinte años en materia de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana han incidido en la actividad turística y, en caso afirmativo, en qué se han materializado.

1. Community Policy on Tourism, OJ No C 10, 16.1.1984.
Community Action in the field of tourism, OJ No C 7, 12.1.1987.
Possibilities offered by Tourism in the context of regional development and social measures, OJ No C 36, 17.2.1986 y OJ No C 99, 13.4.1987.

Para ello, se efectúa un análisis temporal comparado de las políticas de desarrollo rural implementadas en el campo español y de la Comunidad Valenciana, a través de la presentación de los datos estadísticos publicados en las diferentes bases de datos oficiales (BOE, DOCV, IRYDA, INE, IVE), con el objetivo de observar su evolución respecto a la inversión y a los proyectos realizados en materia turística.

Respecto a las iniciativas vigentes a día de hoy, el estudio se centra en exclusiva en la Comunidad Valenciana. Si bien el procedimiento metodológico ha sido el mismo, cabe señalar que se han encontrado contratiempos a la hora de acceder a la información y a su posible interpretación.

3. El turismo rural: una aproximación conceptual desde Europa

Una primera acepción de *turismo rural* formulada por la Comisión Europea (la Comisión) aparece en el informe *El futuro del mundo rural*, elaborado en 1988, donde se indica que el turismo rural es aquella tipología que «abarca no solo el turismo practicado en granjas, o agroturismo, sino también todo tipo de actividad desarrollada en el campo» (1988: 53).

Cabe explicar que la Comisión especifica que el campo debe ser entendido como un área no construida, opuesto a la ciudad. También se define en el mismo documento como aquel concepto que recoge toda actividad de interior, endógena y soportada por el medio ambiente humano y natural, con lo cual se descartan las zonas litorales como espacios rurales.

Dos años después de esta primera aportación, la Comisión publicó un informe específico sobre turismo rural, en el que afirmaba que no hay una definición precisa en Europa sobre la materia (Comisión Europea, 1990: 11). De hecho, en este segundo documento —*Community action to promote rural tourism*—, se atestigua la observación sobre la limitación que al turismo rural se le viene realizando en los últimos años: turismo rural como la simple provisión de alojamiento en áreas no urbanas. Es más, se argumenta que esta tipología de turismo se asocia al concepto de *turismo barato* y al agroturismo, el cual tampoco está claramente definido.

Si bien ya se identificaron desde hace tiempo las medidas necesarias para impulsar el turismo rural en Europa² (adjudicaciones más transparentes, flexibles y efectivas, centradas en proyectos de creación de empleo y desarrollo regional; apoyo exclusivo a proyectos compatibles con el medio ambiente y con las necesidades sociales; favorecimiento del turismo en granjas; desarrollo de una segunda línea que permita descongestionar el litoral; facilitación de las inversiones privadas; decisión de que la ordenación del territorio rural nunca debe llevarse a cabo en detrimento de los agricultores; promoción de la formación profesional en territorios menos favorecidos; reducción de los tipos de interés para préstamos relacionados con el turismo rural, y admisión del hecho

2. Resolution of the European Parliament on facilitation, promotion and funding of tourism in the European Community, OJ No C/49, 22 of february 1988.

que los servicios, las instalaciones y los equipamientos (*amenities*) asociados al turismo rural son imprescindibles y que todavía hoy son insuficientes para acomodar una demanda permanente y cada vez más grande que requiera de productos claros y bien definidos), la Comisión creyó necesario tomar en consideración medidas enfocadas a la creación de productos de turismo rural que pudieran ser comercializados de tal modo que facilitaran el desarrollo de negocios responsables de su gestión, más que centrarse en elementos de soporte, muchas veces aislados y sin conexión con otros actores. Además, la intermediación (en palabras de la Comisión) se consideraba ineludible en este proceso.

Se promovió, de este modo, reenfocar la estrategia aplicada hasta el momento y abogar por encontrar un segmento de mercado al que ofrecer un *rural tourism package* (paquete de turismo rural), el cual debería estar conformado por un conjunto de servicios en los que se incluyesen actividades socioculturales, deportivas y naturales, sin obviar la salvaguarda del medio ambiente.

Tras la aplicación de las primeras experiencias europeas del programa Leader I, centradas en el turismo rural, el problema sobre cómo definirlo no mejoró. Tal es así que algunos expertos en la dirección de proyectos de investigación de la Comisión comentan que la diversidad de realidades que abarca lo rural imposibilita llegar a un acuerdo (Leader, 1997). La literatura sobre el tema que la Comunidad Europea ha generado puede dividirse en dos tendencias:

- a) La que tiene como indicador las ganancias provenientes del turismo percibidas por la propia comunidad rural.
- b) La que toma en cuenta los elementos que componen la oferta, siendo la cultura rural el elemento clave de la misma (queda claro que la dimensión cultural y pedagógica de esta forma de ocio es muy apreciada).

Con el objetivo de materializar el papel que el turismo tiene en el ámbito europeo, se promueve desde la Comisión una metodología de valoración del impacto del turismo. En 1998, Eurostat publica *Community Methodology on Tourism Statistics*, donde se establecen un conjunto de métodos y definiciones, entre las que se encuentra la de turismo rural, aunque admite que no existe una definición internacionalmente aceptada. Como, según este informe, el turismo es un modelo basado en un concepto de demanda, el turismo rural puede definirse como «aquella actividad que realizan las personas que se desplazan y permanecen temporalmente en áreas rurales (sin turismo masivo), fuera de su entorno habitual y por un periodo consecutivo inferior a un año por razones de ocio, negocios u otros, siempre que la remuneración no se obtenga en el lugar visitado» (European Commission, 1998: 24). Es, sin lugar a dudas, un calco de la definición general de turismo emitida por la Organización Mundial del Turismo en 1994, con la añadidura de «áreas rurales».

Esta definición contempla únicamente la variable territorial y no incluye ni empresas ni productos estrictamente rurales, por lo que la propia Comisión añade que es necesario tener también en cuenta tanto la oferta como la deman-

da, así como los productos comprados por los visitantes o los ofertados por las empresas como parte del turismo rural.

Poco tiempo después, en 1999, la Comisión divulga el informe *Towards a quality rural tourism: Integrated quality management (IQM) of rural destinations*, en el que se explicita la variedad de definiciones existentes sobre turismo rural, desde la más sencilla, «Rural tourism simply refers to tourism in areas with a low density of population», hasta la más compleja, «[...] a wish to give visitors personalized contact, a taste of the physical and human environment of the countryside an opportunities to participate in the activities, traditions and lifestyles of local people» (European Commission, 1999: 15).

Existirán publicaciones posteriores, *A renewed tourism EU policy: Towards a stronger partnership for European*, donde se expone que el turismo rural «está haciéndose cada vez más atractivo y con una oferta de espacios naturales más grande» (Comisión Europea, 2006). Se argumenta que, en las últimas décadas, ha sido una fuente importante para la diversificación de la economía rural y se ha integrado muy bien en las actividades agroganaderas. Pero no ofrecerá una definición más concreta.

De lo que no cabe duda es que el modelo de turismo rural, desde 1950 en Francia y, posteriormente, en Italia, Inglaterra, Irlanda, Dinamarca, Alemania, Bélgica, Holanda o incluso Israel, América o Canadá, varía considerablemente. De hecho, para el caso europeo, se establecen dos tipos de formas básicas (Fotiadis, 2009):

- Agroturismo: ampliamente desarrollado en países donde la idea de granja y las actividades asociadas a ella están muy conectadas (Austria, Alemania, Holanda, etc.) y los clientes participan en el modo de vida y en las actividades tradicionales.
- *Bed and breakfast*: que se relaciona con el simple servicio de alojamiento y desayuno (a veces también media pensión o pensión completa), ya sea en casas separadas de las de los dueños, alquiler de habitaciones en la misma casa, acampadas en granjas o espacios rurales habilitados. Este modelo está muy extendido en Francia, Italia, Irlanda o España, entre otros.

Es cierto que el turismo rural no puede ser desarrollado de igual modo en toda Europa, pues es en la diversidad donde debería encontrar su mayor ventaja competitiva. Sin embargo, resulta del todo necesario establecer parámetros comunes que lo identifiquen, y una de las bases de esta definición se encuentra, precisamente, en la oferta de alojamiento.

4. Las iniciativas comunitarias y estatales hasta 2006.

Consecuencias en el turismo rural de la Comunidad Valenciana

En 1988, la Comisión Europea impulsó dos grandes proyectos que asentarían las bases de la política de desarrollo rural en los países miembros.

Por una parte, la reprogramación del Fondo Estructural Tradicional, formado por el Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola-O (Feoga-O),

el Fondo Social Europeo (FSE) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder), relativos a la política de cohesión económica y social. En esta reforma, se establecen cinco objetivos. De todos ellos, el 1 y el 5b estarán directamente relacionados con las zonas rurales.

Por otra parte, la Comisión informó que, desde hacía ya algunos decenios, el mundo rural europeo estaba siendo modificado profundamente, lo cual ponía en peligro su equilibrio. Se propuso un conjunto de planes dirigidos a resolver el aumento de zonas rurales desfavorecidas mediante la mejora de la competitividad de la agricultura y del entorno económico, social y medioambiental del mundo rural (Comisión Europea, 1988).

Las iniciativas comunitarias dieron un salto cualitativo respecto de otros proyectos anteriores: será la población local la encargada de gestionar los fondos y de asumir las máximas responsabilidades dentro del nuevo sistema de apoyo.

4.1. Iniciativa comunitaria Leader I (1992-1995)

Tras el fracaso que supuso la aplicación en la Comunidad Valenciana de los programas de promoción y ordenación de recursos agrarios de montaña, de ámbito español, así como las indemnizaciones compensatorias, de carácter europeo, se depositaron muchas esperanzas en la iniciativa comunitaria Leader (*Liaisons entre Activités de Développement de l'Economie Rural*) (Esparcia y Noguera, 1995).

Esta iniciativa, puesta en marcha en marzo de 1991 dentro del marco de la Reforma de los Fondos Estructurales, se planifica con la intención de dar respuesta a los cambios que, desde los años ochenta, estaban produciéndose en el entorno rural (despoblamiento, pérdida de actividad agraria, desaparición del tejido económico y social, etc.). Se presenta como la gran oportunidad para crear un programa de actuaciones de base endógena, enfoque integrado y carácter participativo (IRYDA, 1991), si bien las anteriores ya sustentaban estos conceptos, aunque solo en la teoría.

Endógeno, porque no podía ponerse en duda que solo a través de la promoción de los recursos locales, ya fueran físicos o humanos, se conseguiría un verdadero desarrollo equilibrado. Integrado, por cuanto todos los sectores debían tener un papel en el desarrollo y obtener beneficios de él (no solo de carácter económico). Participativo, porque era la población la que debería diseñar el desarrollo, sus contenidos y formar parte de las acciones de planificación y gestión (Esparcia y Noguera, 1995).

Aparte de esta nueva concepción sobre el desarrollo rural, también destacó el sistema de gestión y financiación (*Leader Magazine*, 1992-1993), pues se dotó por primera vez a las comunidades locales de capacidad de participación y decisión real, así como del instrumento principal: los recursos financieros. Desde la Secretaría General de Desarrollo Rural y Conservación de la Naturaleza, se canalizaban las ayudas a los Grupos de Acción Local (GAL), los cuales crearon, a la vez, los Centros de Desarrollo Rural (Ceder), encargados del diseño, la elaboración, la tramitación y la aplicación de los programas aprobados por la Comisión.

Tabla 1. Leader I: Medidas subvencionables e inversión

	España	Comunidad Valenciana
Promoción desarrollo rural	1,96%	0,86%
FP y fomento del empleo	3,94%	0,77%
Turismo rural	51,19%	74,02%
Pymes	20,33%	17,02%
Industria de artesanía y servicios	16,17%	2,87%
Incremento del valor añadido	2,03%	1,29%
Equipamiento y funcionamiento GAL	4,36%	2,85%
Total en millones de pesetas	64.092,50*	4.481,95*

Fuente: elaboración propia a partir de Esparcia y Noguera (1995).

* Están incluidas las inversiones pública y privada previstas.

Centradas en espacios supramunicipales con cierta cohesión, debían, además, estar identificadas como zonas desfavorecidas, con poco desarrollo o deprimidas socioeconómicamente y con limitaciones para un correcto desenvolvimiento de las actividades humanas (regiones objetivo 1 o 5b).

Durante los cuatro años que tuvo vigencia, se desarrollaron 52 iniciativas dentro de las medidas subvencionables, de las cuales 3 pertenecieron a la Comunidad Valenciana: 2 en la provincia de Castellón (Els Ports-Alt Maestrat y Alto Mijares-Alto Palancia) y 1 en la provincia de Alicante (La Montaña de Alicante).

Bajo la iniciativa Leader I, se subvencionaron en España un total de 2.366 proyectos relacionados con turismo rural, que captaron más del 50% del total de recursos financieros. De este porcentaje, el 26,3% se destinó a proyectos relacionados con el alojamiento. Si observamos la tabla 1, para el caso de la Comunidad Valenciana, la inversión realizada en turismo rural llegó hasta el 74%, si bien en algunos GAL (Grupo de Acción Local), como el de la Montaña de Alicante, el porcentaje sobrepasó el 80% de las inversiones (Hernández, 2008).

Tras el turismo rural, y a una distancia muy considerable, las medidas con mayor incidencia fueron las relacionadas con el apoyo a las pymes (1.124 proyectos) y la valorización y comercialización de las producciones agrarias locales (1.037 proyectos). En total, estas tres medidas aglutinaron el 85% del presupuesto del Leader I.

Queda de manifiesto que el programa Leader I tuvo una orientación preferente hacia la medida 3, la de turismo. Este sesgo sectorial pudo responder a las importantes expectativas que el sector despertó durante la década de 1950 en el norte y centro de Europa y, ya en las de 1970 y 1980, en el sur, donde se consideraba que el turismo rural contribuía al arraigo de la población, a la creación de empleos y, en definitiva, a la promoción del desarrollo socioeconómico de las zonas desfavorecidas (Calatrava y Ruiz, 1993).

Entre las diversas actuaciones que podían realizarse para el apoyo al turismo rural, fueron tres las que acapararon más del 70% de la subvención total en

esta medida: creación de oferta de alojamiento, instauración de oferta de restauración y adecuación de la oferta de restauración existente. Las actuaciones dirigidas hacia la elaboración de inventarios de recursos, promoción, rehabilitación del patrimonio, etc. fueron mucho menos utilizadas, en términos de inversión (Hernández, 2008).

Con la aplicación del Leader I se observaron diversas carencias relacionadas con la falta de planificación previa y de una política de revalorización del patrimonio, lo cual condujo a actuaciones que no obedecieron a un plan de desarrollo, sino a demandas de la población local o del grupo gestor (Noguera et al., 1997). El ejemplo más claro se encuentra en el peso que los proyectos de turismo tuvieron en esta primera iniciativa, fundamentalmente la construcción de casas (alojamiento rural) de nueva planta.

4.2. Iniciativa comunitaria Leader II (1996 -1999)

La nueva etapa del programa Leader II mantiene en esencia los mismos fundamentos teóricos de la iniciativa anterior, si bien el sistema de gestión de las subvenciones varía notablemente, al ser los organismos regionales los que recibirán los fondos y coordinarán su distribución.

La respuesta por parte de los agentes sociales rurales en la Comunidad Valenciana es mucho mayor. Los tres programas del Leader I pasarán ahora a ser de *innovación rural*, mientras que otros tres nuevos (La Serranía-Rincón de Ademuz, Valle de Ayora-Requena-Utiel y Macizo del Caroig) se inscribirán como programas de *adquisición de capacidades*.

Los objetivos del Leader II se orientaron al fomento de actividades innovadoras en todos los sectores de actividad del medio rural, a la difusión de experiencias concretas y a la realización en común de determinados proyectos (Cánoves et al., 2006).

La gran concentración de la inversión en una única medida, la de turismo rural, fue corregida estableciendo porcentajes máximos por línea de actuación en torno al 30%. La medida B3, turismo rural, abogará por las inversiones individuales o colectivas (incluidas las inversiones turísticas relacionadas con las actividades agrícolas), inversiones en pequeñas infraestructuras públicas que respondan a las nuevas necesidades derivadas de la oferta turística, la realización de inventarios, restauración y valorización de edificios de carácter histórico y parajes rurales de interés turístico (por ejemplo: emplazamientos arqueológicos, edificios religiosos, etc.), actividades de promoción, estudios de mercado y creación de sistemas de reserva y, finalmente, puesta en marcha de nuevos productos de turismo rural (incluido el turismo cultural y medioambiental) (*Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, 1994). Los grupos de Acción Local de la Comunidad Valenciana conceden gran importancia a estas actuaciones. Sin embargo, otro tipo de medidas, como el apoyo a las pequeñas empresas o la conservación y mejora del medio ambiente, adquieren relevancia en esta etapa, lo que supone, a priori, un mayor interés por la revalorización de los recursos rurales y la puesta en valor de sus territorios.

Tabla 2. Leader II: Medidas subvencionables e inversión

	España	Comunidad Valenciana
A Adquisición de capacidades de nuevos grupos	0,3%	0%
B Programas de innovación rural	98,7%	97,53%
B1. Apoyo técnico al desarrollo rural	6,3%	9,49%
B2. FP y ayudas a la contratación	3,6%	7,02%
B3. Turismo rural	32,4%	25,62%
B4. Pequeñas empresas, artesanos y servicios	26,9%	28,74%
B5. Valorización y comercialización de productos agrarios	16,9%	8,45%
B6. Conservación y mejora del medio ambiente y del entorno	12,6%	18,21%
C Cooperación transnacional	0,8%	2,73%
D Evaluación y seguimiento	0,1%	0%
Total en miles de euros	1.363.960*	76.900*

Fuente: elaboración propia a partir de Esparcia (2003a: 12) y Hernández (2008: 103).

* Están incluidas las inversiones pública y privada ejecutadas.

Las medidas relacionadas con el turismo rural adquieren un carácter más cualitativo, pues si bien la creación de nueva oferta sigue siendo dominante, aparecen nuevas propuestas relacionadas con la recuperación del patrimonio y su reconversión hacia actividades de ocio y restauración (Hernández, 2008).

Curiosamente, la medida B3 cederá su liderazgo en la Comunidad Valenciana a la B4, orientada al fomento de pequeñas y medianas empresas, en cambio, no ocurre lo mismo a nivel estatal. En definitiva, si a los programas estrictamente turísticos se incorporan las actuaciones que fomentan la mejora del medio ambiente y las que apoyan a las empresas relacionadas con la práctica turística, el porcentaje de inversión dedicado a turismo rural se incrementa notablemente, concentrando, como en la etapa anterior, la mayor parte de ella. Leader II, en la Comunidad Valenciana, fomenta, como su antecesor, el turismo como actividad básica para el desarrollo rural, lo cual no deja de ser contradictorio con la finalidad de diversificar la actividad económica en el medio rural y con el espíritu de la idea de determinar un «techo» de inversión, que es ampliamente superado.

4.3. Programa estatal Proder I (1996 -2000)

El Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales de Objetivo I (Proder) tuvo su origen en la imposibilidad material de dar respuesta, a través de Leader II, a las enormes expectativas que la iniciativa había generado (Esparcia y Álvarez, 2001).

Este programa operativo sería de aplicación en las zonas de las diez regiones españolas objetivo 1 que no hubieran sido beneficiarias de la medida B (innovación) de la iniciativa Leader II. Sus objetivos fundamentales, que

Tabla 3. Proder I: Medidas subvencionables e inversión

	España	Comunidad Valenciana
1 Valorización del patrimonio rural. Renovación y desarrollo de núcleos de población con predominio de la actividad agraria	14,1%	15,4%
2 Valorización del patrimonio rural. Renovación y desarrollo de núcleos de población sin predominio de la actividad agraria	6,5%	6,4%
3 Fomento de las inversiones turísticas en el espacio rural: agroturismo	6,9%	4,6%
4 Fomento de las inversiones turísticas en el espacio rural: turismo rural	16,3%	8,2%
5 Fomento de pequeñas empresas, actividades de artesanía y de servicios	24,3%	27,9%
6 Servicios a las empresas en el medio rural	6,0%	3,1%
7 Revalorización del potencial productivo agrario y forestal	23,9%	31,8%
8 Mejora de la extensión agraria y forestal	2,1%	2,60%
Total en miles de euros	790.710*	97.390*

Fuente: elaboración propia a partir de Esparcia (2003b: 17).

* Están incluidas las inversiones pública y privada ejecutadas.

coinciden en buena parte con los de Leader II, fueron el impulso al desarrollo endógeno y sostenido de las comarcas rurales españolas, el mantenimiento de la población para frenar su regresión demográfica y el aumento de las rentas y el bienestar social equivalentes a los de otras zonas más desarrolladas, asegurando, al tiempo, la conservación del espacio y de los recursos naturales (Plaza, 2005).

En la Comunidad Valenciana, este programa estatal se centró en cinco territorios: Alto Vinalopó, Vega Baja de Alicante, Maestrat-Plana Alta, Hoya de Buñol y Vall d'Albaida.

El patrimonio, el turismo, las empresas y las propias actividades y la potencialidad agroforestales se convirtieron en los vértices de referencia de la aplicación de este programa (Plaza, 2005).

Las actividades turísticas, englobadas en las medidas 3 y 4, obtienen una inversión mucho menor que en las iniciativas Leader (12,8% entre las dos medidas frente al 25,62% del Leader II o el 51,19% del Leader I), porque la diversificación económica se apoyaba no sólo en el turismo, sino también en empresas de otro tipo (Cánoves et al., 2006). Ese es el motivo que justifica que las medidas 5 y 7 tuvieran una inversión superior a aquellas centradas en el turismo rural.

Ahondando en el turismo, las medidas 3 y 4 se centraron más en la creación de alojamiento turístico y, en menor medida, en el fomento de servicios complementarios (hecho que sí coincide con las iniciativas comunitarias anteriores), y es todavía un tema pendiente la falta de asociacionismo, la comercialización, la mejora de la calidad o los planes sectoriales, entre otros (Esparcia, 2003b).

4.4. Iniciativa comunitaria Leader+ (2000-2006)

Con la llegada de la tercera iniciativa europea, Leader+, los agentes locales se ven en la necesidad de realizar una reflexión sobre el futuro de su territorio a largo plazo. La estrategia que deben aplicar es la que ellos mismos han desarrollado, incluyendo nuevas formas de valorización del patrimonio natural y cultural, la mejora del entorno económico, la creación de empleo y la mejora de la capacidad organizativa de la comunidad (*Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, 2000). Esta iniciativa se articula en torno a tres capítulos o ejes: apoyo a estrategias territoriales de desarrollo rural, apoyo a la cooperación interterritorial y transnacional y creación de una red del conjunto de los territorios rurales de Europa. A ello hay que añadir un cuarto eje financiable: gestión, control, seguimiento y evaluación. En España, el primero de ellos es el que aglutina la mayor parte de la inversión, el 86%, aún mayor en la Comunidad Valenciana, donde llega hasta casi el 95%.

En la Comunidad Valenciana, los GAL se incrementan, pasando de seis a ocho en este nuevo periodo, pero este nuevo incremento responde a la división del GAL Serranía-Rincón de Ademuz en dos, Serranía y Rincón de Ademuz, y el GAL Valle-Altiplano, en los GAL Tierras de Interior y Valle Ayora-Cofrentes, por lo que el territorio beneficiado es prácticamente el mismo que en la etapa anterior.

Se observa que el Leader+ recoge también, esta vez en el punto octavo del eje 1, el turismo como actividad productiva a subvencionar. En concreto, y dentro de esta submedida, se contemplan como acciones a desarrollar la creación de nuevos establecimientos turísticos en zonas no saturadas o que reúnan circunstancias especiales de calidad, creación de actividades turísticas complementarias y mejora de la infraestructura existente.

De las diez submedidas, es de nuevo el turismo la actividad que, en la Comunidad Valenciana, acapara el máximo porcentaje de inversión (25,40%), y está muy cerca la valorización de productos locales agrarios (24,36%).

Cabe destacar, en este periodo, la importancia que adquiere la restauración, la cual, en muchas ocasiones, está vinculada a la gastronomía local y a la valorización de productos agrarios, así como las actividades turísticas complementarias. Parece que la oferta de alojamiento ya no es vista como la única o más sencilla posibilidad de crecimiento económico en el ámbito rural. En los GAL más antiguos y con más tradición turística, una parte significativa de las inversiones se orientan a la restauración y a la mejora de las instalaciones existentes, así como a la puesta en valor de los recursos de que se dispone (Hernández, 2008). La experiencia parece orientar a los territorios agrarios a diversificar las actuaciones en materia turística. Siguen abriéndose nuevos alojamientos rurales, pero problemas como la estacionalidad y la escasa rentabilidad hacen que sea necesario desarrollar otro tipo de actividades. En la Comunidad Valenciana, las submedidas relacionadas con la valorización del patrimonio, de los productos agrarios y el fomento de las pymes (subejos 104 a 107) suponen el 55% de las inversiones, lo que, sumado al 25% de apoyo

Tabla 4. Leader+: Medidas subvencionables e inversión

	España	Comunidad Valenciana
Eje 1 Estrategia de desarrollo	86,23%	94,26%
101. Adquisición de competencias	–	0,00%
102. Gastos de gestión, administración y asistencia	–	0,00%
103. Servicios a la población	–	6,88%
104. Patrimonio natural	–	4,41%
105. Valorización de productos locales agrarios	–	24,36%
106. Pymes y servicios	–	12,26%
107. Valorización del patrimonio cultural y arquitectónico	–	13,98%
108. Turismo	–	25,40%
109. Otras inversiones y gastos	–	3,01%
110. Formación y empleo	–	3,97%
Eje 2 Cooperación	12,60%	5,74%
Eje 3 Puesta en red de los GAL	0,94%	0,00%
Eje 4 Gestión, seguimiento y evaluación	0,23%	0,00%
Total en miles de euros	792.922*	72.261**

Fuente: elaboración propia a partir de REDR (2001) y *Diario Oficial de la Comunidad Valenciana*.

* Está incluida la inversión pública.

** Están incluidas las inversiones pública y privada previstas.

directo al turismo, llega a más de un 75%, lo cual hace, de nuevo, del turismo el sector más beneficiado.

4.5. Iniciativa estatal Proder II (2000-2006)

A diferencia de su antecesor, el programa estatal Proder II se estructura como un paquete de medidas y no como un programa, lo que permite a las comunidades autónomas elegir, de una larga lista, aquellas medidas, fondos y métodos de gestión que mejor se acomoden a su situación.

Otras diferencias respecto a Proder I serán: su ámbito geográfico de aplicación (no sólo para los territorios objetivo 1); los fondos financiadores (se incluyen nuevas vías); el gasto programado (en España, mucho mayor que la etapa anterior, pero, en la Comunidad Valenciana, inferior); los métodos de gestión; los regímenes de ayudas, y las medidas aplicadas.

Este paquete de medidas, que en la Comunidad Valenciana será denominado Proder II, se desarrolló a través de diez grupos de acción local: a los cinco anteriores, se sumarán los de Camp de Turia, Espadán-Calderona, Ribera Alta Nord, Ribera Alta Sud y Serpis-Vernissa.

Los objetivos de Proder II en la Comunidad Valenciana se concretan en ocho medidas, de las que destacan —por recibir la mayor parte de la inversión—: la puesta en marcha de proyectos en áreas tales como la agricultura y la ganadería, las inversiones en pequeñas y medianas empresas, el turismo y la conservación del medio ambiente y del patrimonio cultural de estos pueblos, entre otros (tabla 5).

Tabla 5. Proder II: Medidas subvencionables e inversión

	Comunidad Valenciana
1 Agricultura y ganadería	13,74%
2 Pymes agroalimentarias	16,39%
3 Artesanía	4,34%
4 Medio ambiente	15,09%
5 Patrimonio	17,19%
6 Turismo	15,19%
7 Formación	8,26%
8 Servicios y actuaciones públicas	9,81%
Total en miles de euros	70.586*

Fuente: elaboración propia a partir de Esparcia y Álvarez (2001) y *Diario Oficial de la Comunidad Valenciana*.

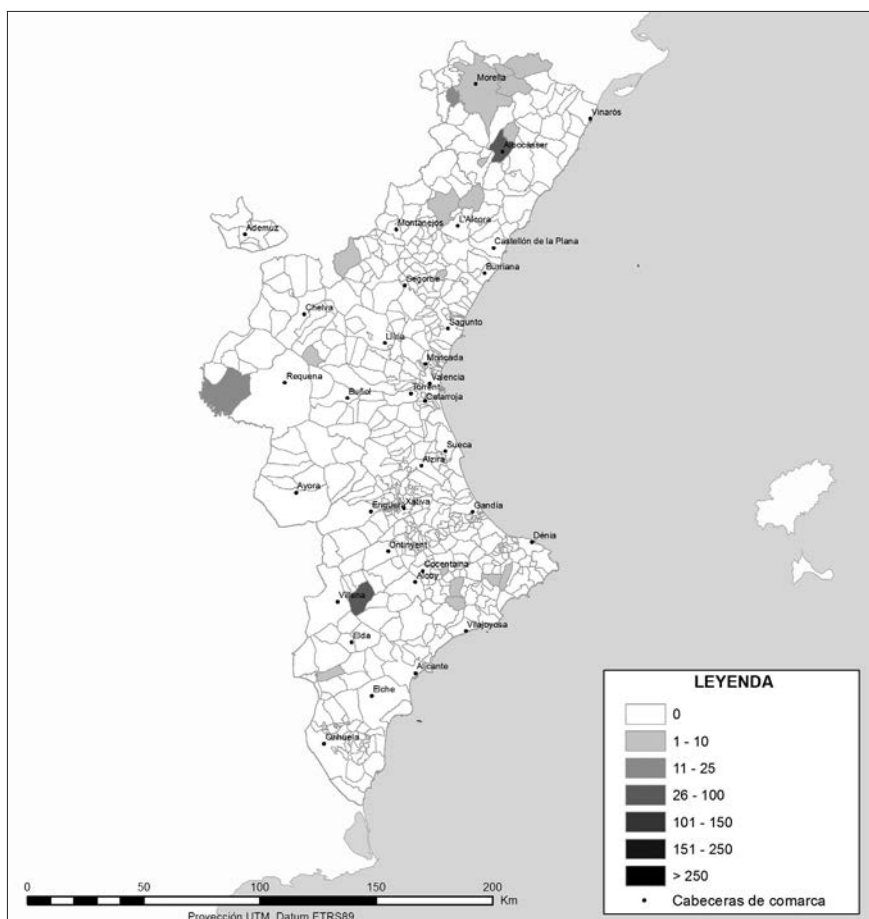
* Están incluidas las inversiones pública y privada estimadas.

Si se comparan estos datos con los obtenidos anteriormente, en Proder I, se observa un leve aumento del porcentaje de inversión en materia turística (pasa de un 12,8% a un 15,2%), aunque bien es cierto que existe una tendencia hacia la diversificación de actividades, como las pymes agroalimentarias o el patrimonio y el medio ambiente. Estas dos últimas tienen una relación directa con la actividad turística, por lo que supone de puesta en valor de recursos potencialmente turísticos, lo que refuerza la idea de que el turismo sigue siendo una de las líneas estratégicas más importantes en los proyectos de desarrollo rural de estas áreas intermedias.

4.6. Valoración del papel del turismo en el desarrollo rural (1992-2006)

Durante el periodo considerado, el turismo rural ha experimentado un crecimiento realmente espectacular en la Comunidad Valenciana. Las causas que explican este desarrollo no son sólo las inversiones procedentes de los distintos programas de desarrollo rural, sino, también y básicamente, las relacionadas con los cambios en estos espacios que, desde mediados de los años ochenta, e incluso antes, han experimentado una ampliación de su funcionalidad productiva tradicional, basada en la creación de materia prima —para la alimentación, fundamentalmente, pero no sólo—, hacia nuevas actividades relacionadas con la puesta en valor de sus recursos patrimoniales y paisajísticos. Esta oferta se vincula claramente con el aumento de las rentas de la población, en particular la urbana, y la consolidación de las vacaciones y el tiempo libre como un elemento irrenunciable e identificador del estatus social. El turismo es la actividad más demandada, y la búsqueda de nuevos productos hace que el mundo rural se posicione como escenario de una oferta variada y alternativa a la masificación del llamado «turismo de sol y playa».

En este contexto, no es de extrañar que el interior valenciano, con un escasísimo abanico de infraestructuras turísticas, aprovechara las iniciativas y los programas de desarrollo rural para mejorar y ampliar su oferta, comenzando por los alojamientos y basándose en la presencia de productos con tradición,



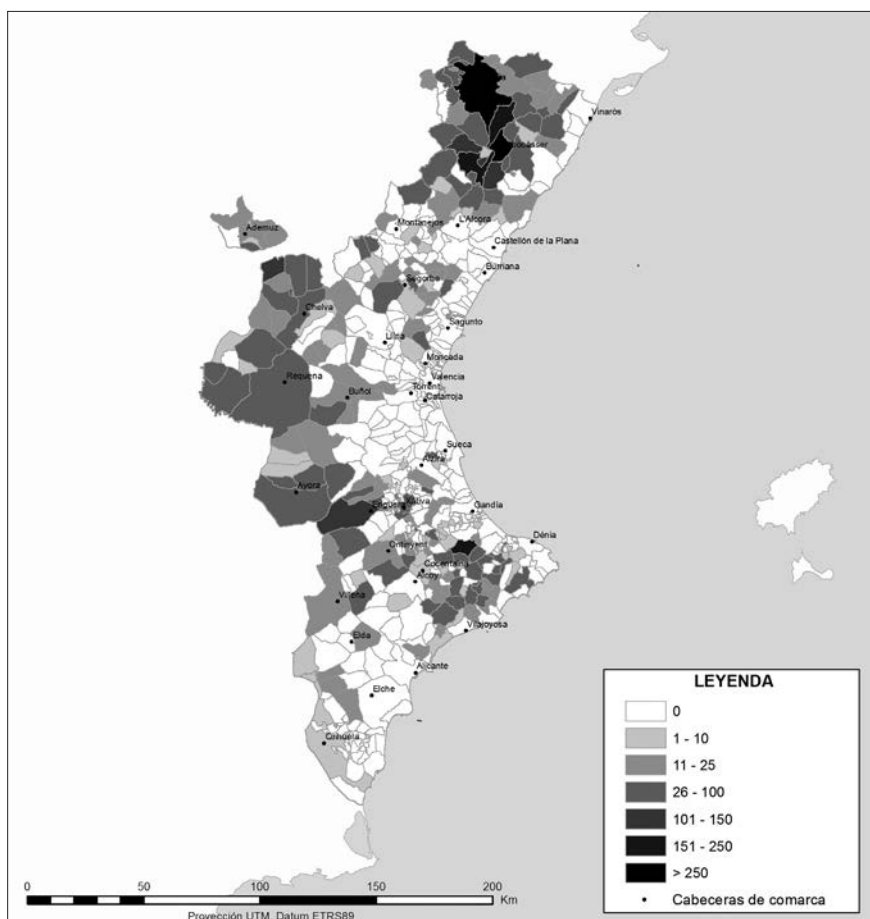
Mapa 1. Plazas de alojamiento en casas rurales (1996)

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IVE (Instituto Valenciano de Estadística).

como los balnearios, los cámpines y los hoteles, algunos de los cuales, como el Instituto Turístico Valenciano, ya habían sido potenciados por organismos públicos en años anteriores, con el fin de diversificar la economía de estas zonas (Yepes, 1995; Fernández, 2003; Yagüe, 2004; Hernandez et al., 2008).

Como podemos apreciar en los mapas 1 a 4, las plazas de alojamiento de tipo diverso han crecido extraordinariamente en este periodo y se han difundido sobre el territorio, que, por otra parte, partía de cifras muy bajas en la zona de interior.

De hecho, si observamos la tabla 6, comprobaremos la evolución de los alojamientos en casas rurales, el tipo de establecimiento más característico del turismo



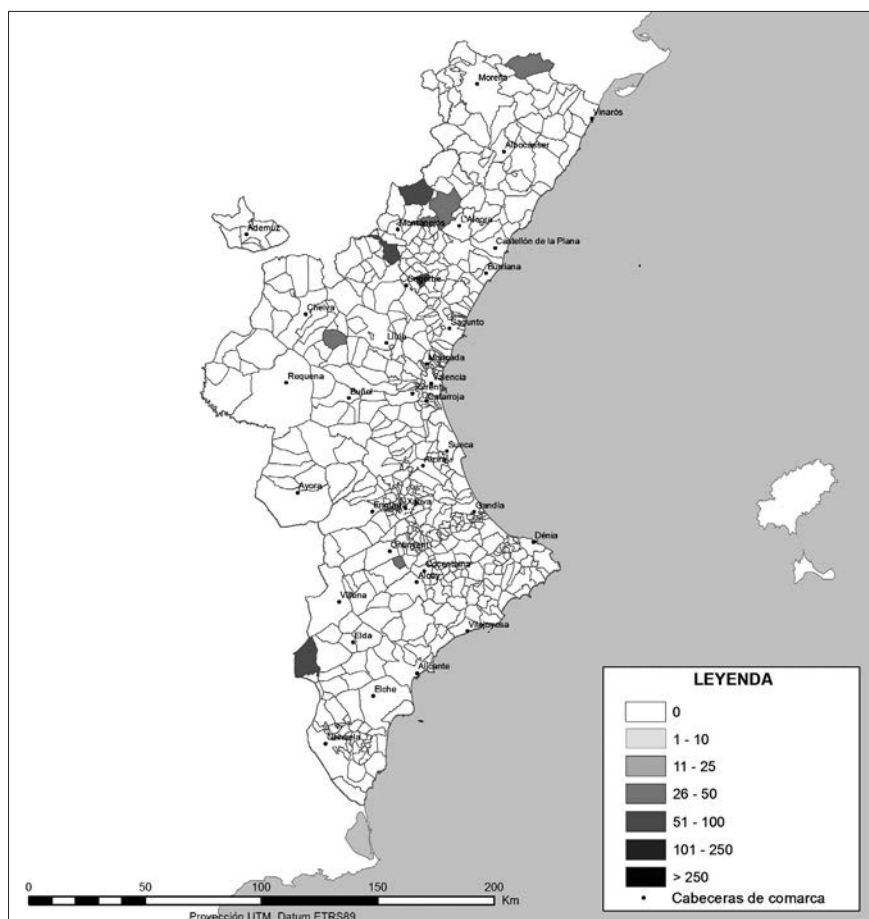
Mapa 2. Plazas de alojamiento en casas rurales (2007)

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IVE (Instituto Valenciano de Estadística).

Tabla 6. Incremento del alojamiento en casas rurales en la Comunidad Valenciana durante el periodo 2000-2006

	% de incremento del número de casas rurales	% de incremento del número de plazas en casas rurales
Leader plus	200,93	186,56
Proder 2	384,62	298,82
Total GAL	229,13	206,09
Total Comunidad Valenciana	237,65	215,02

Fuente: elaboración propia a partir de las ofertas municipal y comarcal de la AVT.

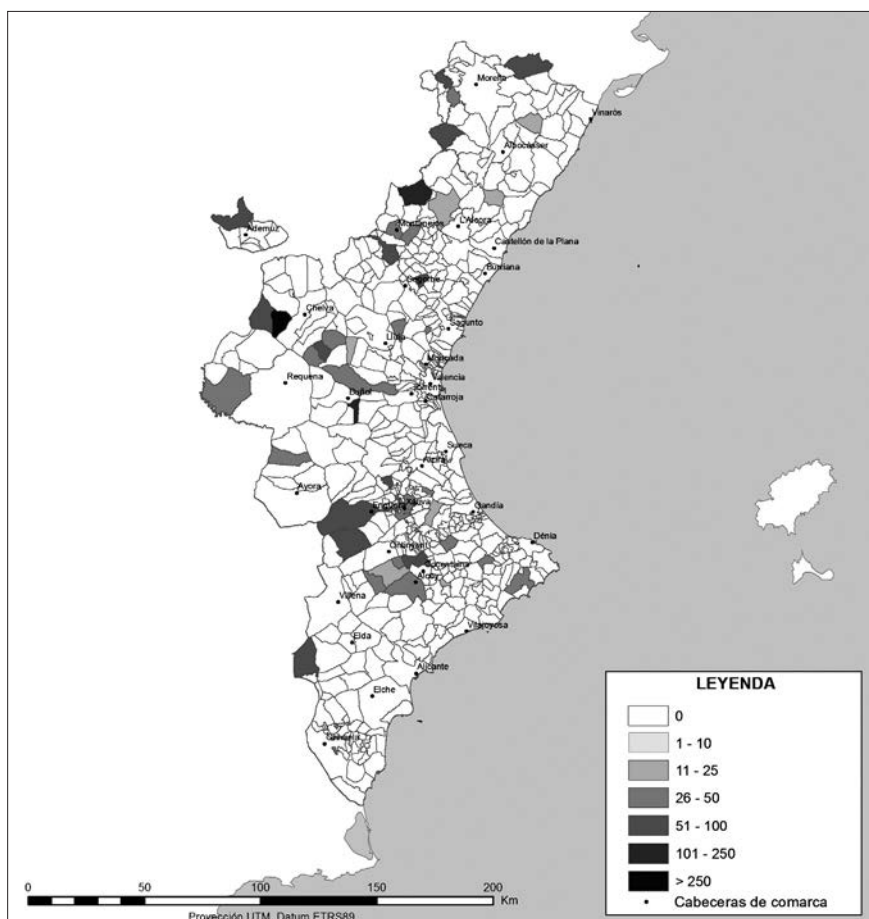


Mapa 3. Plazas de alojamiento en albergues (1996)

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IVE (Instituto Valenciano de Estadística).

de interior para el periodo 2000-2006 (Leader+ y Proder 2). El incremento extraordinario en los territorios Proder se debe a sus menores cifras de partida.

Se estima que fueron creadas alrededor de 580 casas rurales durante el periodo 2000-2006, lo que supuso más de 4.000 plazas de alojamiento (así, en solo seis años, se triplicó la oferta existente en el año 2000). Els Ports-Maestrat y la Montaña de Alicante han sido los que han experimentado un mayor crecimiento de la oferta de casas rurales, con lo cual coinciden con los GAL que han realizado mayores inversiones en turismo durante este periodo. Entre los territorios Proder, destaca la Vall d'Albaida, pero con una oferta muy por debajo de las comarcas Leader.



Mapa 4. Plazas de alojamiento en albergues (2007)

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IVE (Instituto Valenciano de Estadística).

Es evidente que esta estrategia hacia el incremento en la oferta de alojamiento deberá tener repercusiones de algún tipo en la configuración de una actividad sostenible, más teniendo en cuenta que el grado de ocupación media de estos establecimientos, en el caso de la Comunidad Valenciana, no supera el 20%.

Comparativamente, las plazas de alojamiento en casas rurales son las que han crecido en mayor número relativo, mucho más que otras tipologías, incluyendo las plazas hoteleras (tablas 7 a 9). El efecto demostración apoyado por las iniciativas de desarrollo rural que tienen lugar desde 1992 en las comarcas de interior de la Comunidad Valenciana explica esta situación. A nivel de comu-

Tabla 7. Evolución de la oferta de alojamiento en casas rurales en la Comunidad Valenciana durante el periodo 1996-2011

	Número de plazas de alojamiento en casas rurales				% de crecimiento			
	1996	2000	2007	2011	1996-2000	2000-2007	2007-2011	1996-2011
Comunidad Valenciana	256	1.954	6.807	8.192	663,28	248,36	20,35	3.100,00
Provincia de Alicante	83	471	1.589	1.953	467,47	237,37	22,91	2.253,01
Provincia de Castellón	156	1.040	3.184	3.792	566,67	206,15	19,10	2.330,77
Provincia de Valencia	17	443	2.034	2.447	2.505,88	359,14	20,30	14.294,12

Fuente: elaboración propia a partir de datos de IVE y AVT.

Tabla 8. Evolución de la oferta de alojamiento en albergues turísticos en la Comunidad Valenciana durante el periodo 1996-2011

	Número de plazas de alojamiento en albergues				% de crecimiento			
	1996	2000	2007	2011	1996-2000	2000-2007	2007-2011	1996-2011
Comunidad Valenciana	460	1.627	2.324	2.781	253,70	42,84	19,66	504,57
Provincia de Alicante	110	612	557	718	456,36	-8,99	28,90	552,73
Provincia de Castellón	318	464	599	591	45,91	29,09	-1,34	85,85
Provincia de Valencia	32	551	1.168	1.472	1.621,88	111,98	26,03	4.500,00

Fuente: elaboración propia a partir de datos de IVE y AVT.

Tabla 9. Evolución de la oferta de alojamiento en apartamentos en la Comunidad Valenciana durante el periodo 1996-2011

	Número de plazas de alojamiento en apartamentos				% de crecimiento			
	1996	2000	2007	2011	1996-2000	2000-2007	2007-2011	1996-2011
Comunidad Valenciana	117.420	128.831	138.818	167.333	9,72	7,75	20,54	42,51
Provincia de Alicante	63.870	68.099	75.137	95.493	6,62	10,33	27,09	49,51
Provincia de Castellón	32.960	37.437	39.412	44.061	13,58	5,28	11,80	33,68
Provincia de Valencia	20.590	23.295	24.269	27.779	13,14	4,18	14,46	34,92

Fuente: elaboración propia a partir de datos de IVE y AVT.

Tabla 10. Evolución de la oferta de alojamiento en hoteles en la Comunidad Valenciana durante el periodo 1996-2011

	Número de plazas de alojamiento en hoteles				% de crecimiento			
	1996	2000	2007	2011	1996-2000	2000-2007	2007-2011	1996-2011
Comunidad Valenciana	75.887	81.275	116.448	124.193	7,10	43,28	6,65	63,66
Provincia de Alicante	48.512	49.983	64.251	68.037	3,03	28,55	5,89	40,25
Provincia de Castellón	12.772	14.749	19.864	22.425	15,48	34,68	12,89	75,58
Provincia de Valencia	14.603	16.543	32.333	33.731	13,28	95,45	4,32	130,99

Fuente: elaboración propia a partir de datos de IVE y AVT.

nidad autónoma, e incluso por provincias, cabe señalar el mayor crecimiento relativo entre los primeros años del espacio de tiempo considerado, 1996-2000, del número de plazas en casas rurales y albergues, mientras que el número de plazas en apartamentos presenta mayor crecimiento relativo en el periodo 2007-2011, como también en hoteles a lo largo de los años 2000 a 2007. Los alojamientos genuinamente rurales se ven beneficiados por las subvenciones procedentes de Leader I, Leader II y Proder I.

Las actividades turísticas desempeñan un papel secundario en Proder, mientras que para Leader han sido fundamentales y, en algunos territorios, definidoras de su desarrollo. En general, la creación de alojamiento ha sido la acción que ha recibido la mayor financiación en el periodo considerado, tanto de Leader como de Proder, sin embargo, en los últimos años, se evidencia un cambio hacia inversiones destinadas a la creación de oferta complementaria. No debemos olvidar el impacto que sobre el turismo tienen otras líneas estratégicas de desarrollo rural, como son la protección y la mejora del medio ambiente, la conservación y rehabilitación del patrimonio y el fomento de los productos locales, tanto agroalimentarios como artesanales. Diversas medidas, programas, líneas o ejes han incidido en estos aspectos desde comienzos de la década de 1990. El turismo es, para el turista, una experiencia integral, más que un conjunto de equipamientos e infraestructuras orientados a conseguir su bienestar —como, en ocasiones, parece entender el territorio—, por ello, todas las acciones e iniciativas que persiguen conseguir un entorno medioambiental y cultural de calidad contribuyen a mejorar la oferta turística. En definitiva, la puesta en valor del territorio, de manera integral y sostenible, siempre redundará en beneficio del turismo. El modelo que resulte de ello o que se pretenda desarrollar dependerá de la capacidad de la estrategia público-privada de inversiones en el territorio. El estilo de gestión, las redes y el capital social que las iniciativas Leader y el programa Proder han sido capaces de desarrollar son la base del éxito para las actuaciones posteriores que hoy se están poniendo en marcha.

5. Las iniciativas comunitarias y regionales actuales y su repercusión sobre el turismo rural en la Comunidad Valenciana: Ruralter (2007-2013)

La Política de Desarrollo Rural de la UE nace como segundo pilar de la PAC (Política Agraria Común), tras la aprobación de la Agenda 2000, y experimenta una nueva formulación aprobada para el periodo 2007-2013. Ésta presenta elementos de continuidad y de cambio con respecto a la etapa anterior (Comunidades Europeas, 2006). De continuidad, porque se seguirá ofreciendo un conjunto de medidas entre las cuales los estados miembros podrán escoger y para las cuales recibirán apoyo financiero comunitario, en virtud de los programas integrados de desarrollo rural. De cambio, porque se modifica el modo de desarrollar estos programas, lo cual refuerza su contenido estratégico y el desarrollo sostenible de las zonas rurales.

Además, este nuevo reglamento significa un avance, tanto en términos políticos como de resultados, porque la existencia de un único fondo (Feder)

y de un único conjunto de normas de programación, financiación, comunicación y control simplificará de manera notoria la aplicación de la política de desarrollo rural. Sin embargo, los fondos asignados hasta ahora en esta política son escasos y su puesta en marcha genera «dudas sobre su capacidad para resolver eficazmente los problemas del mundo rural» (Sáenz y Cejudo, 2008: 13).

Algunos datos aclaran esta afirmación. Tras la Agenda 2000, los fondos directamente ligados al desarrollo rural en Europa no han superado el 10% del presupuesto comunitario. Es más, de hecho, solo supusieron el 8,74% en 2006, último de los años del anterior periodo de programación, teniendo en mente que no superó ni el 1,14% de la Renta Nacional Bruta de la UE.

Sin tratar de ir más lejos, en 2006, el propio Tribunal de Cuentas realiza un informe relacionado con el PDR aplicado en la UE durante el periodo 2000-2006, en el que se afirma que una parte importante de las inversiones en desarrollo rural se han ejecutado en zonas que no son predominantemente rurales, que se careció de condiciones adecuadas para canalizar la financiación hacia zonas geográficas más necesitadas, que se han tratado objetivos demasiado generales y con falta de estrategias concretas y que los programas se han centrado en exceso en la agricultura, sin tener en cuenta las características de la zona geográfica.

Tras los reglamentos (CE) 1698/2005 y 1974/2006 que desarrollan su aplicación, se establecen tres ejes temáticos en esta nueva política (mejora de la competitividad de la agricultura, mejora del medio ambiente y del entorno rural, y mejora de la calidad de vida, así como fomento de la diversificación económica), que se complementan con un eje metodológico (enfoque Leader) y todos deberán tener una financiación mínima, con el fin de garantizar un cierto equilibrio global en el programa (10%, 25%, 10% y 5%, respectivamente).

Se observa claramente que la intención no es otra que evitar que los fondos destinados a los ejes, a las medidas o a las submedidas estén desequilibrados, pues, como pasó en el período anterior, más que facilitar la diversificación, se promovió la concentración de la financiación en ciertas actividades, entre ellas, el turismo. No obstante, estos niveles pueden considerarse bajos, de modo que permiten a los estados miembros gozar de un elevado margen de flexibilidad para elegir qué eje o qué ejes son los más adecuados para sus objetivos estratégicos.

Es en el eje 3, calidad de vida en las zonas rurales y diversificación de la economía rural, donde se encuentra una medida que incorpora el turismo rural: *diversificación de la economía rural*. En ella, se incluyen las submedidas *diversificación hacia actividades no agrícolas*, cuyo beneficiario será un miembro de la unidad familiar de la explotación; *ayuda a la creación y al desarrollo de empresas*, que irá dirigida a las microempresas, y *fomento de actividades turísticas*, que se extenderá a pequeñas infraestructuras, a infraestructura recreativa y a promoción y comercialización de servicios inherentes al turismo rural.

En definitiva, la nueva política de desarrollo agrario, seguidora de las estrategias de Lisboa y de Gotemburgo, e inspirada en la II Conferencia Europea sobre Desarrollo Rural en Salzburgo (2003), establece la necesidad de que

los estados miembros y las regiones elaboren un programa de mejora rural siguiendo las directrices estratégicas de la UE. Dicho programa deberá resultar coherente con la política comunitaria y recoger las buenas prácticas heredadas de la iniciativa Leader y, en el caso de España, del programa Proder. Son indiscutibles los valores positivos que, desde el punto de vista cualitativo, han ofrecido estas iniciativas y estos programas al mundo rural. Debe seguir construyéndose engrandecimiento sobre la base de lo aprendido en etapas anteriores. La Comunidad Valenciana, región con competencias en materia de desarrollo rural, ha diseñado su propio programa de desarrollo rural para el periodo 2007-2013, en el que se analizan los problemas del mundo rural y se definen las estrategias para estos años.

5.1. El Programa de Desarrollo Rural de la Comunidad Valenciana (2007-2013)

El Reglamento (CE) 1698/2005 del Consejo, de 20 de septiembre, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Feader, establece, para el periodo 2007-2013, una programación basada en un plan estratégico nacional que recoge las prioridades de esta política en cada estado miembro.

España, consciente de este hecho, desarrolla el Plan Estratégico Nacional de Desarrollo Rural a través de una programación de acuerdo con su marco competencial, dividido en tantos programas como comunidades autónomas (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2007a).

Con la finalidad de incorporar los elementos comunes y las medidas horizontales para los diecisiete subprogramas de desarrollo rural regional, los ministerios de Medio Ambiente y Agricultura, Pesca y Alimentación, junto a las comunidades autónomas, elaboraron otro documento base para la programación, el Marco Nacional de Desarrollo Rural (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2007b).

Las medidas horizontales del plan estratégico estarán incluidas dentro de este marco nacional y serán de cumplimiento obligatorio para todas las comunidades autónomas. Además de los diecisiete programas regionales de desarrollo rural, la Dirección General de Desarrollo Rural del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación elabora un programa específico para la Red Rural Nacional (Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, 2008). Nos encontramos, entonces, con un conjunto de documentos, concatenados entre sí, con la finalidad de organizar todas y cada una de las estrategias centradas en la mejora del mundo agrario, según los parámetros establecidos en la UE y las competencias de cada región.

El 18 de febrero de 2008, la Generalitat Valenciana aprobó el Programa de Desarrollo Rural (PDR) de la Comunidad Valenciana, el cual incorpora las medidas horizontales definidas en el anexo VIII del Reglamento (CEE) 1974/2006, de 15 de diciembre. El PDR valenciano se realiza a través de la estrategia denominada Ruralter, que, a su vez, se estructura en dos líneas de ayuda a proyectos: Ruralter-Leader y Ruralter-Paisaje (Conselleria de Turisme, 2007).

5.1.1. *Ruralter-Leader*

En el PDR, se informa de que el crecimiento de establecimientos de turismo rural se debe al impulso obtenido desde los programas Leader y Proder, que, desde su inicio, apostaron decididamente por el sector turístico como elemento de dinamización económica (Generalitat Valenciana, 2008: 168). Sin embargo, el propio documento cuestiona que el turismo sea considerado la panacea del desarrollo agrario, sobre todo porque, tras su análisis, se muestran problemas actuales del sector en entornos rurales, tales como la falta de un alojamiento de categoría superior (generador de rentas elevadas), la brevedad de las estancias, la ausencia de fidelización de los clientes, la escasez de emprendedores (en su mayoría, se trata de un empresariado envejecido y poco motivado), la falta de configuración de producto turístico, la escasa innovación, la insuficiente formación empresarial, la escasa coordinación en la promoción y la relación con los sectores agrícola y artesano, la falta de señalización y de puntos de información, etc., todo lo cual imposibilita el ofrecimiento de *algo que hacer* al turista.

Por todo ello, los GAL manifestaron la necesidad de incluir cambios en el PDR en relación con periodos de programación anteriores, en los que se detectó una excesiva polarización de los resultados de las medidas propuestas hacia el turismo rural.

Tomadas en cuenta tales propuestas, el PDR de la Comunidad Valenciana establece, en su eje 3, medida 313, el fomento de las actividades turísticas. Dicha medida se especifica que será aplicada bajo el enfoque Leader y se prevé una inversión de 20 millones de euros, de los que se beneficiarán 200 acciones turísticas. Su ámbito territorial de aplicación no se corresponde exactamente con las áreas Leader y Proder anteriores, pero son pocos los municipios que quedan excluidos de ella.

Los fondos públicos para Ruralter-Leader ascienden a 53,65 millones de euros, financiados en un 62,5% por la Generalitat Valenciana, en un 36,5% por el fondo europeo Feader y, finalmente, en un 1% por la Administración General del Estado.

Las acciones en materia de turismo corresponden a operaciones concretas sin posibilidad de que sean malinterpretadas y dirigidas a la diversificación de la propia actividad turística. El hecho de que, además, exista una marcada preferencia hacia ciertas tipologías de turismo indica la importancia que las actividades complementarias tienen en esta etapa en el desarrollo del turismo rural. Parece obvio que, cuando se realiza un desplazamiento por motivos de ocio u otros, el alojamiento es solo parte del soporte de la experiencia y no la experiencia en sí. Lamentablemente, y tal y como ha venido ocurriendo en los últimos años, la mayoría de iniciativas que han favorecido la aparición de alojamiento rural no tuvieron en cuenta este hecho, y su resultado, al menos en la Comunidad Valenciana, ha supuesto una sobreoferta de alojamiento rural, en algunos casos, de muy baja calidad y, en otros, ubicada en lugares con escaso atractivo turístico.

Por todo ello, Ruralter-Leader reserva un espacio mínimo, si lo comparamos con sus antecesores, a la creación de nuevos establecimientos. En dicho

caso, esta iniciativa aboga claramente por la reconversión y la adaptación de establecimientos a las nuevas tendencias de mercado. Además, Ruralter-Leader dará prioridad al fomento del turismo que sirva de aprovechamiento del patrimonio cultural y natural, con lo cual propiciará el aumento del uso de las TIC y la concepción de servicios y actividades recreativas, que, enlazados con la estancia turística, incrementen su duración (Generalitat Valenciana, 2008: 465). Igualmente, y en relación con los proyectos de cooperación, tendrán prioridad regional aquellos que supongan el diseño y la ejecución de una estrategia global de ordenación y promoción del turismo.

Con el fin de dar cabida a todas estas medidas y prioridades, el porcentaje de inversión realizada para el fomento de actividades turísticas (tabla 11) será del 2,92% del total, una cifra nimia si la comparamos con presupuestos anteriores. Sin embargo, este casi 3% supone alrededor de 30 millones de euros (si incluimos la inversión privada prevista), una cantidad considerable. Los fondos públicos serán únicamente de cerca de 1,6 millones de euros. La situación de crisis económica que vive el país hace pensar que la inversión privada fue calculada de una forma excesivamente optimista y poco acorde con la realidad, por lo que los 30 millones de euros previstos pueden quedar reducidos a menos de la mitad.

5.1.2. Made in Valencia Region: *Ruralter-Paisaje* (2008 -2013)

Dentro de la estrategia Ruralter, existe, para la Comunidad Valenciana, una segunda línea de ayudas dirigida en exclusiva a completar el mapa de ruralidad valenciano. Subvencionada con fondos de la Generalidad, los municipios beneficiarios serán aquellos en los que coexistan economías y paisajes agrícolas y rurales con los propios de las zonas urbanas y periurbanas y donde, precisamente por esa coexistencia, los valores y bienes rurales se ven más amenazados. Los fondos de la línea 2, Ruralter-Paisaje, ascienden a 55 millones de euros.

Estas ayudas serán de aplicación en aquellos municipios de la Comunidad Valenciana cuyo número de habitantes sea inferior a 40.000, no se trate de municipios costeros y, además, no estén incluidos dentro de ningún grupo de acción local Ruralter-Leader. No obstante, y con carácter excepcional, el municipio, aun no cumpliendo tales requisitos, podrá percibir la ayuda cuando la actuación sea relevante para la protección del paisaje agrario valenciano.

De las medidas propuestas en esta iniciativa regional, cuatro en total, la segunda se orienta a actuaciones en materia de turismo rural y mantiene los mismos criterios que su homónima comunitaria. Es decir, el objetivo de tales ayudas no es otro que conseguir la diversificación de la actividad turística a través de la generación de oferta complementaria y la creación, en caso que se apueste por ello, de alojamiento de alta gama (casa rural de categoría superior u hotel de cinco estrellas).

En cambio, resulta curioso que, si bien Ruralter-Leader establece preferencias hacia ciertos tipos de turismo (aventura, deportivo, cultural, ecoturismo, etc.) y en las bases originales del Ruralter-Paisaje también se refleja así, la aprobación definitiva de las bases, de 30 de diciembre de 2009, ya no contempla tales diferencias.

Tabla 11. Ruralter-Leader: medidas subvencionables e inversión realizada

Eje/medida/submedida	Comunidad Valenciana
Eje 1 Total	73,86%
Medida 111. Formación e información	0,15%
Medida 112. Instalación de jóvenes agricultores	7,79%
Medida 113. Jubilación anticipada de los agricultores	2,44%
Medida 114. Utilización de servicios de asesoramiento	0,28%
Medida 115. Implantación de servicios de asesoramiento	0,60%
Medida 121. Modernización de las explotaciones	9,74%
Medida 123. Industrias agroalimentarias	52,60%
Medida 125. Gestión de recursos hídricos	0,27%
Eje 2 Total	15,91%
Medida 211. Indemnizaciones en zonas de montaña	1,09%
Medida 212. Indemnizaciones en zonas distintas de montaña	0,63%
Medida 214. Ayudas agroambientales	11,57%
Submedida 214.1. Agricultura ecológica	2,37%
Submedida 214.2. Conservación humedales (arroz)	4,19%
Submedida 214.3. Producción integrada	3,62%
Submedida 214.4. Razas autóctonas en peligro de extinción (guirra)	0,08%
Submedida 214.5. Lucha contra la erosión	1,04%
Submedida 214.6. Apicultura para la mejora de la biodiversidad	0,26%
Medida 221. Ayudas a la primera forestación de tierras agrícolas	0,37%
Medida 226. Acciones para la prevención de incendios forestales	1,53%
Medida 227. Ayudas para conservación y desarrollo Red Natura 2000	0,72%
Eje 3 Total	8,86%
Medida 312. Creación y desarrollo microempresas	2,92%
Medida 313. Fomento de actividades turísticas	2,92%
Medida 321. Servicios básicos medio rural	1,27%
Medida 322. Renovación de pueblos	0,88%
Medida 323. Conservación y mejora del patrimonio rural	0,88%
Eje 4 Total	10,03%
4.1. Estrategias de desarrollo local	8,86%
413. Calidad de vida y diversificación	8,86%
421. Cooperación	1,17%
Total ejes	99,80%
511. Asistencia técnica	0,20%
Total en miles de euros	1.026.668*

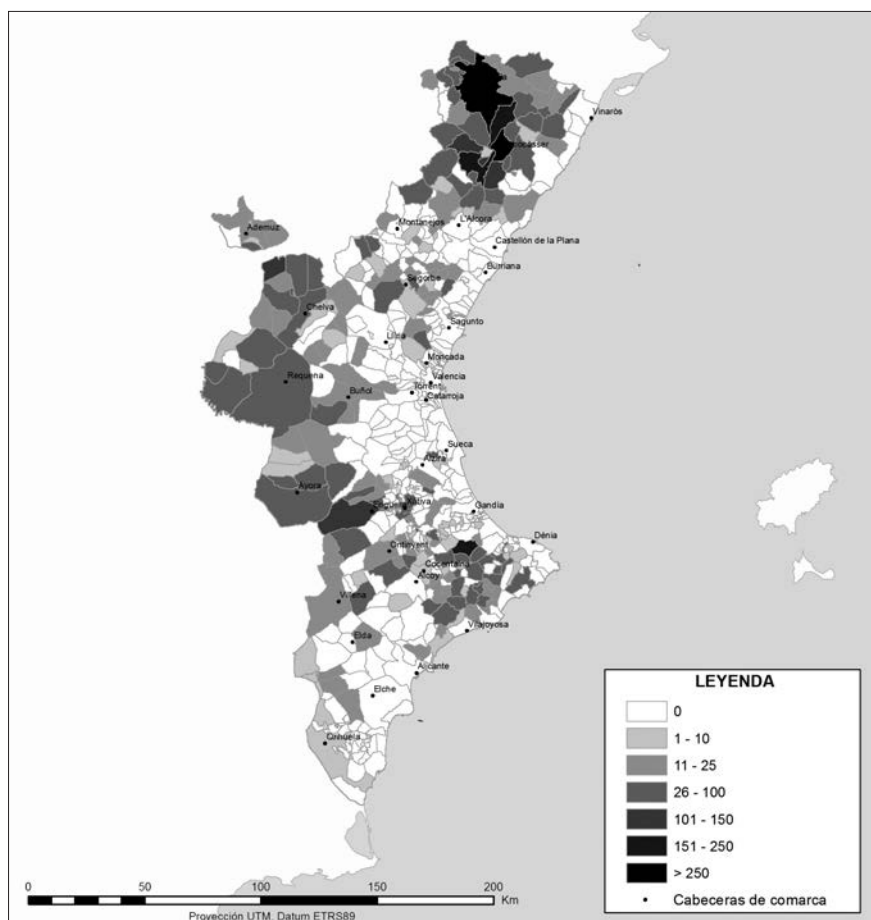
Fuente: elaboración propia a partir del PDR de la Comunidad Valenciana.

* Están incluidas la inversión pública y la privada estimadas.

5.2. Valoración de la política actual de desarrollo rural, Ruralter y su impacto en el turismo (2007-2013)

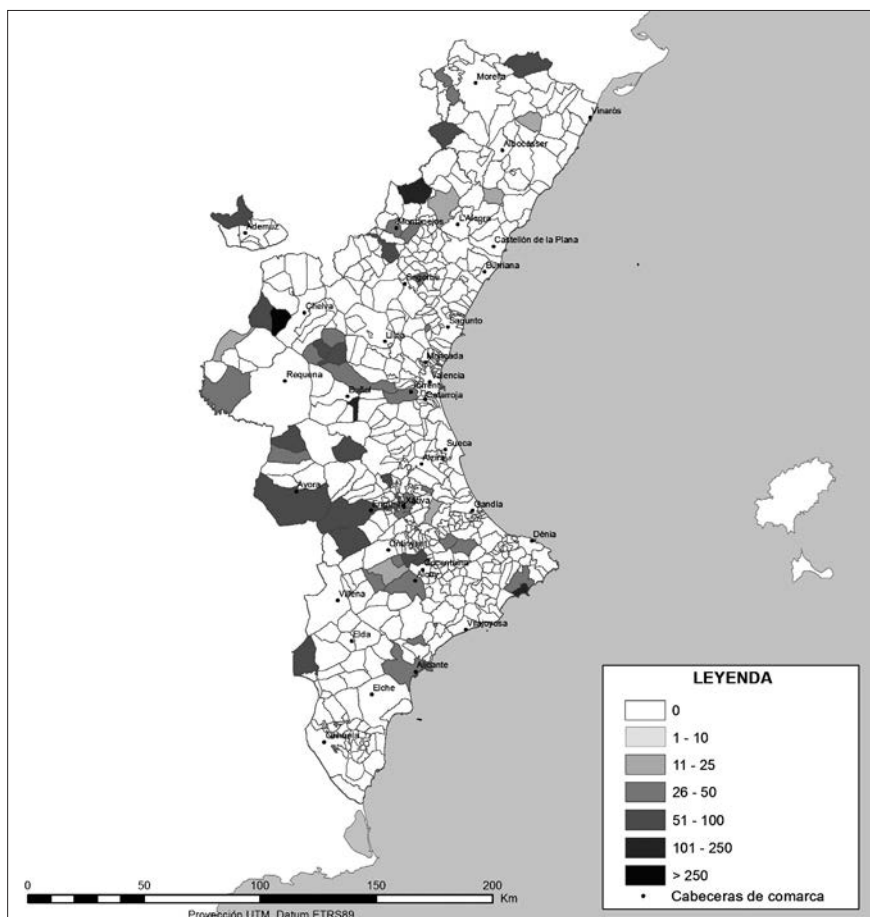
Sea como fuere, lo que sí parece cierto es que las nuevas iniciativas, comunitarias o regionales, siguen apostando por el turismo rural, si bien ya no se trata tanto de la creación de alojamiento como de la diversificación de dicha actividad hacia otros servicios que la complementen y la doten de mayor valor.

Los mapas 5 y 6 nos muestran, en comparación con los anteriores, el enorme crecimiento que se ha dado en el período considerado, desde el comienzo de las ayudas públicas a estos territorios, en plazas de alojamiento de todo tipo. El programa Ruralter se encuentra ya con una red consolidada de oferta de



Mapa 5. Plazas de alojamiento en casas rurales (2011)

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IVE (Instituto Valenciano de Estadística).



Mapa 6. Plazas de alojamiento en albergues (2011)

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IVE (Instituto Valenciano de Estadística).

Tabla 12. Incremento del alojamiento en casas rurales en la Comunidad Valenciana durante el periodo 2007-2011

	% de incremento del número de casas rurales	% de incremento del número de plazas en casas rurales
Ruralter-Leader	14,88	17,99
Ruralter-Paisaje	29,09	30,28
Total GAL	16,59	19,63
Total Comunidad Valenciana	17,40	20,35

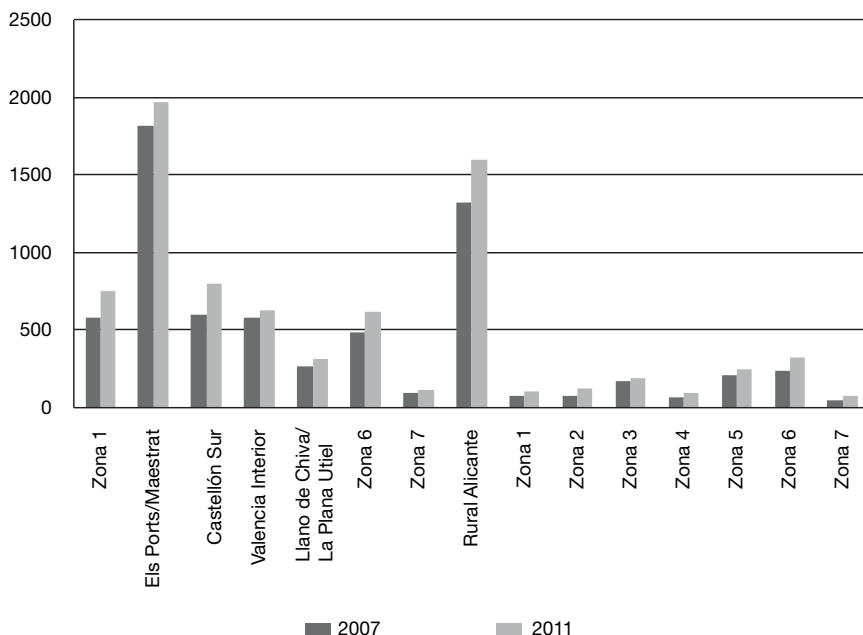
Fuente: elaboración propia a partir de la oferta municipal y comarcal de la AVT.

alojamiento que se reparte por todo el territorio del interior de la Comunidad Valenciana, «invadiendo» incluso municipios que no pueden ser considerados estrictamente rurales.

Durante el periodo 2007-2011, el incremento del número de casas rurales y de plazas de alojamiento en las mismas en la Comunidad Valenciana ha sido mucho menor que en etapas anteriores (tabla 12). El carácter restrictivo que los programas Ruralter han impuesto al desarrollo rural a través del turismo ha supuesto la ralentización del crecimiento de la oferta de alojamiento en favor de otro tipo de actividades turísticas.

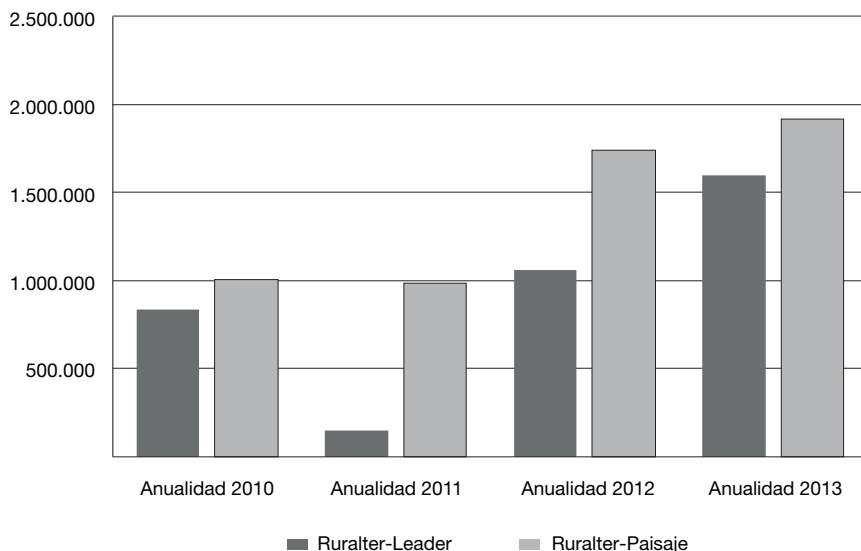
Todos los territorios han seguido incrementando, aunque ligeramente, su oferta de alojamiento, pero en aquellos menos agrarios, es decir, beneficiarios de Ruralter-Paisaje, la oferta de alojamiento turístico propiamente rural sigue siendo minoritaria (gráfica 1).

Cabe señalar la reciente trayectoria de las inversiones en turismo en estos territorios rurales. Desde 2010, la inversión ha sido siempre superior en Ruralter-Paisaje y, sorprendentemente, los municipios acogidos a esta medida han sido los que más se han beneficiado en términos de inversión total (gráfica 2).



Gráfica 1. Número de plazas de alojamiento en casas rurales según GAL. Ruralter-Leader y Ruralter-Paisaje

Fuente: elaboración propia a partir de la oferta municipal y comarcal de la AVT.



Gráfica 2. Total ayudas concedidas en la Medida Turismo (euros)

Fuente: elaboración propia a partir de datos facilitados por la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Generalidad Valenciana.

La inversión media por municipio en Ruralter-Paisaje ha sido de unos 118.000 euros frente a los 44.500 euros de media por los municipios Ruralter-Leader, a lo que se suma que el número de municipios que salen beneficiados en el primer caso asciende a tan sólo 47, mientras que en el segundo son muchos más: 82. Los proyectos turísticos desarrollados, previstos y aprobados en la zona Ruralter-Paisaje son de mayor coste económico, a pesar de que se trata de áreas intermedias, en su mayoría beneficiarias, anteriormente, de Proder, y cuyo carácter rural y desfavorecido puede ser más que cuestionado. A pesar de ello, el mayor número de habitantes y de proyectos propuestos, a lo que se suma un potencial turístico aún incipiente, se configuran como las causas principales de un mayor apoyo público en forma de inversión para el desarrollo rural.

6. Reflexiones respecto a la política de apoyo al turismo rural en la Comunidad Valenciana

La finalidad de las iniciativas europeas y regionales tenía como principios conseguir un desarrollo endógeno y sostenido de los territorios rurales, centrado en una diversificación económica que incentivara la valorización de los recursos naturales y culturales, además de impulsar la promoción de la población joven en general y de las mujeres en particular, con el claro objetivo de mejorar la calidad de los habitantes del medio agrario.

En el Leader I (1992-1995), se presentaron proyectos relacionados directamente con el turismo: evaluación del potencial turístico, revalorización del patrimonio natural y cultural, mejora de equipamientos y de infraestructuras, organización de la comunicación y de la información turística, organización de la oferta turística local, desarrollo de productos turísticos específicos, formación de operadores turísticos y, por supuesto, acondicionamiento de alojamientos turísticos.

Y, hasta el 2006, el resto de políticas europeas de desarrollo rural incidieron igualmente en el turismo. Su máximo exponente es la iniciativa Leader, la cual puede afirmarse que, observando los datos estadísticos, se convirtió casi en un programa de fomento del alojamiento rural, que si bien esta iniciativa no fue un programa de desarrollo turístico, parece que funcionó como tal.

Y todo ello teniendo presente que la relevancia de aquellos proyectos vinculados con el ocio y la recreación, frente al resto de sectores económicos, contradijo una de las líneas de estas políticas: el fomento de la plurifuncionalidad en el mundo agrario.

A pesar de los progresos logrados y de la ayuda por parte de la Administración, el turismo rural en la Comunidad Valenciana sigue teniendo numerosos puntos débiles: baja ocupación; marcada estacionalidad; saturación de oferta de alojamiento; atomización de establecimientos con poca capacidad; poca diferenciación entre tipologías; poca integración con las actividades recreativas del entorno; debilidad de las herramientas de comercialización, y asociacionismo débil e incipiente, que dificulta la vertebración y la cooperación.

El turismo rural se ha tratado, en algunos casos, como la panacea para solucionar los problemas que plantea el subdesarrollo. Este canto de sirena para los habitantes del mundo agrario también encandiló a muchas pequeñas inversiones foráneas (provenientes de espacios urbanos), que fijaron aquí sus intereses y desvirtuaron la verdadera esencia de las ayudas: complementar y diversificar las rentas de quienes allí viven para ofrecerles una mejor calidad de vida.

Durante años, se incentivó la creación de alojamiento pensándose que, en realidad, se estaba desarrollando el turismo rural, sin considerar apenas que lo que se ofrecía al visitante era, sencillamente, un servicio de apoyo.

Esta visión tan miope del turismo, en general, y del rural, en particular, ha inundado el mercado de oferta de alojamiento centrada en la sola idea de rehabilitar y esperar a que los clientes llamen a la puerta. Y ya no puede confundirse el alojamiento rural con el producto rural, pues el primero solo es un elemento de soporte del segundo, y no la razón por la cual desea viajar la demanda.

Existen importantes recursos patrimoniales, ambientales y gastronómicos que podrían ser valorizados (y lo están siendo en algunos casos) como parte de la experiencia turística, eventos culturales y festivos en los cuales podría participar el visitante, interés mostrado por operadores internacionales en ofrecer productos de turismo de naturaleza.

Pero cambiar esa visión requerirá de profesionales que conozcan los entresijos del turismo, entre ellos, que sean conscientes que no todo territorio es

turístico y, por lo tanto, muchos de los alojamientos creados con las iniciativas tienen poco o nada que ofrecer a sus clientes.

Comenzar con la planificación del turismo sería un buen punto de partida, más que incidir continuamente en la promoción y en la comercialización. Y, para establecer esta planificación, es necesario determinar la finalidad de estas acciones, formulando los objetivos que se pretenden conseguir para cada caso específico y estableciendo posteriormente acciones coordinadas entre instituciones públicas (garantes de las competencias muchas veces dispersas), con el objetivo de implementar un producto turístico atractivo y diferenciado. Y, para ello, la visión horizontal del turismo rural es clave, por su filosofía integradora de las realidades sociales, económicas y ambientales, que propicia un desarrollo por y para el residente y una experiencia para el visitante.

Dedicarse a la actividad turística en el espacio rural requiere no solo de ilusiones y buen hacer de los emprendedores. Igualmente necesaria es la participación de los estamentos públicos, para confeccionar infraestructuras que den soporte a la actividad o de los agentes sociales que apoyen propuestas de recuperación del patrimonio natural y/o cultural.

Diversificar la economía a través del turismo supone establecer una conexión con otras actividades, de nueva creación o ya presentes en el territorio, que favorezcan el incremento de la oferta de servicios y de productos locales, que son en sí mismos factores de una mayor atracción turística.

Con el nuevo paradigma rural (OCDE, 2006), el cual se basa en dos principios básicos: el territorio es el objeto de intervención pública prioritario y no los sectores de actividad de manera aislada, y debe prestarse más atención a la inversión que a la subvención, el Programa Ruralter en la Comunidad Valenciana tiene aún un reto importante por delante: poner en valor el territorio y, con él, generar empresas turísticas capaces de crear producto para los visitantes a partir de los recursos endógenos. El periodo de programación, 2007-2013, con una fuerte crisis económica que afecta de manera destacable a la Comunidad Valenciana, no parece suficiente para acometer las transformaciones necesarias, sin embargo, la evaluación del mismo (que se realizará en breve) dará idea de su capacidad real de transformación en estos espacios.

Referencias bibliográficas

- CALATRAVA, J. y RUIZ, P. (1997). «El turismo, ¿una oportunidad para las zonas rurales desfavorecidas?». *Europa Rural*. Leader Technical Dossier [en línea]. <<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/tourism/art02.htm>> [Consulta: 10 abril 2012].
- CÀNOVES, G.; VILLARINO, M. y HERRERA, L. (2006). «Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41, 199-217.
- CARAZO, L. (1982). «El turismo rural como recurso de la población agraria». *Revista de Estudios Agrosociales*, 120, 118-130.
- COMISIÓN EUROPEA (1988). *El futuro del mundo rural: Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento*. Resumen. COM (88), 501 final.

- (1990). *Community action to promote rural tourism*. Bruselas: Commission of the European Communities. COM (90), 438 final.
- (1991). *Community action plan to assist tourism*. COM (91), 97 final.
- (2006). *A renewed tourism EU policy: Towards a stronger partnership for European Tourism. Enterprise and Industry* [en línea].
<http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/docs/communications/com2006_013401_en.pdf> [Consulta: 3 abril 2012].
- «Comunicación a los estados miembros por la que se fijan las orientaciones para las subvenciones globales o los programas operativos integrados para los cuales se pide a los estados miembros que presenten solicitudes de ayuda dentro de una iniciativa comunitaria de desarrollo rural (Leader II)». *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. Comunicación 94/C, 180/12, 1994.
- «Comunicación de la Comisión a los estados miembros, de 14 de abril de 2000, por la que se fijan las orientaciones sobre la iniciativa comunitaria de desarrollo rural (Leader+), 2000/C 139/05» [en línea]. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, C 139, 18 de mayo de 2000.
<http://www.redr.es/recursos/doc/Info_corporativa/Metodologia_leader/Documentacion/629940157_27112008101613.pdf> [Consulta: 3 abril 2012].
- COMUNIDADES EUROPEAS (2006). *Política de desarrollo rural de la UE 2007-2013*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- CONSELLERIA DE TURISME (2007). *El Turismo Rural en la Comunitat Valenciana* [en línea]. Generalitat Valenciana.
<http://www.comunidad-valenciana.org/pdf/turismo_rural_cv.pdf> [Consulta: 10 abril 2012].
- «Dictamen del Comité Económico y Social sobre el Proyecto de Comunicación de la Comisión a los estados miembros por la que se fijan orientaciones sobre la iniciativa comunitaria de desarrollo rural (Leader+)». *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*. 2000/C 51/18, 2000.
- ESPARCIA, J. (2003a). «Valoración y balance de Leader II: La consolidación de un modelo». *Actualidad Leader*, 21, 8-15.
- (2003b). «Valoración y balance de Proder: Versión original». *Actualidad Leader*, 22, 16-19.
- ESPARCIA, J. y ÁLVAREZ, J. (2001). «Proder-2: Características y principales innovaciones. Más extenso y más flexible». *Actualidad Leader*, 16, 10-13.
- ESPARCIA, J. y NOGUERA, J. (1995). «Las políticas de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana». *Cuadernos de Geografía de la Universitat de València*, 58, 307-336.
- EUROPEAN COMMISSION (1998). *Community Methodology on Tourism Statistics*. Bélgica: Eurostat.
- (1999). *Towards quality rural tourism: Integrated Quality Management (IQM) of rural tourist destinations*. Bruselas: Enterprise Directorate-General, Tourism Unit.
- FERNÁNDEZ, M. (2003). «El papel del cooperativismo en el turismo rural en la Comunidad Valenciana». *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 401, 183-212.
- FOTIADIS, A. (2009). *The role of tourism in rural development through a comparative analysis of a Greek and Hungarian rural tourism area*. Faculty of Business and Economics. Hungary: University of Pécs.
- GENERALITAT VALENCIANA (2008). *Programa de Desarrollo Rural de la Comunidad Valenciana 2007-2013*. Conselleria d'Agricultura, Pesca i Alimentació [en línea].

- <<http://www.redr.es/es/portal.do?TR=A&IDR=1&identificador=145>> [Consulta: 10 abril 2012].
- HERNÁNDEZ, M. (2008). «Balance de las políticas de desarrollo rural en la Comunidad Valenciana 1991-2006». *Investigaciones Geográficas*, 45, 93-119.
- HERNÁNDEZ, M.; MOLTÓ, E. A. y RICO, A. (2008). «Las actividades turístico-residenciales en las montañas valencianas». *Ería*, 75, 77-97.
- IRYDA (1991). *Leader I*. Folleto informativo, 5 p.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2007a). *Plan Estratégico Nacional de Desarrollo Rural 2007-2013* [en línea]. Madrid.
<<http://www.mapa.es/ca/development/pags/programacion/programas/programas.htm>> [Consulta: 8 abril 2012].
- (2007b). *Marco Nacional de Desarrollo Rural* [en línea]. Madrid.
<<http://www.mapa.es/ca/development/pags/programacion/programas/programas.htm>> [Consulta: 20 abril 2012].
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (2008). *Programa de la Red Rural Nacional 2007-2013* [en línea].
<<http://www.mapa.es/ca/development/pags/programacion/programas/programas.htm>> [Consulta: 20 abril 2012].
- NOGUERA, J. et al. (1997). «I Jornadas sobre planificación en áreas rurales: Planificación y políticas de desarrollo en el ámbito de la Comunidad Valenciana». *Cuadernos de Geografía de la Universitat de València*, 61, 169-184.
- OCDE (1994). *Tourism Strategies and rural development. Organization for Economic Co-Operation and Development*. París: OCDE.
- (2006). *El nuevo paradigma rural: Políticas y gobernanza*. Madrid: OCEDE y MAPA.
<<http://dx.doi.org/10.1787/9789264023918-en>>
- PLAZA, J. I. (2005). «Desarrollo y diversificación en las zonas rurales de España: el programa Proder». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 39, 399-422.
- REDR (2001). *Cuadro de distribución por regiones* [en línea]. Red Española de Desarrollo Rural
<<http://www.redr.es/es/portal.do?TR=A&IDR=1&identificador=12>> [Consulta: 10 abril 2012].
- SAENZ, M. y CEJUDO, E. (2008). «La política de desarrollo rural de la Unión Europea para 2007-2013». *Investigaciones Geográficas*, 46, 5-30.
- YAGÜE, R. M. (2004). «Análisis del comportamiento de la demanda de turismo rural desde la experiencia de la comarca El Alto Palancia». *Estudios Geográficos*, LXV (254), 121-141, enero-marzo.
<<http://dx.doi.org/10.3989/egoeogr.2004.i254.194>>
- YEPES PIQUERAS, V. (1995). «Turismo sostenible en el interior de la Comunitat Valenciana: Posibilidad de un desarrollo turístico complementario al “sol y playa”». *Papers de Turisme*, 17, 75-87.